

Geschäftsjahr 2024

Migros-Gruppe mit erfolgreichem Geschäftsjahr und neuer Nachhaltigkeitsstrategie



Die Migros-Gruppe hat 2024 einen Umsatz von 32.5 Milliarden Franken erwirtschaftet und das Vorjahr erneut übertrroffen. Der Gruppengewinn verbesserte sich auf 419 Millionen Franken (Vorjahr: 175 Millionen). Die Migros lanciert eine gruppenweite Nachhaltigkeitsstrategie mit Fokus Mensch und Natur. 2025 ist die Migros 100 Jahre alt – und sagt MERCI.

2024 stand für die Migros-Gruppe im Zeichen der Transformation und der Fokussierung auf das Kerngeschäft mit den vier strategischen Geschäftsfeldern Food, Non Food, Finanzdienstleistungen und Gesundheit. In einem herausfordernden Umfeld steigerte die Migros-Gruppe den Umsatz um 1.8 Prozent auf 32.5 Mrd. Franken und bestätigte ihre führende Position im Schweizer Detailhandel. «Die Migros hat ein anspruchsvolles und bewegtes Jahr hinter sich», sagt Mario Irminger, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes. «Ich danke allen Mitarbeitenden, die Aussergewöhnliches geleistet und dieses sehr gute Resultat ermöglicht haben.»

Das um Sondereffekte bereinigte Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) stieg auf 924 Mio. Franken (Vorjahr: 786 Mio. Franken). Infolge der Fokussierung auf das Kerngeschäft belasteten Sondereffekte aus Portfoliobereinigungen in der Höhe von 440 Mio. Franken das Ergebnis. Der Grossteil davon entfällt auf die inzwischen abgeschlossenen Veräusserungen der Migros-Fachmärkte. Somit beträgt das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) im Berichtsjahr 484 Mio. Franken (Vorjahr: 286 Mio.). Der Gruppengewinn belief sich auf 419 Mio. Franken (Vorjahr: 175 Mio.). Die Erlöse aus den Veräusserungen werden ins Ergebnis 2025 einfliessen und dannzumal zu einem positiven Sondereffekt führen.

Die Migros-Gruppe ist ein finanziell kerngesundes Unternehmen: Das Eigenkapital des Handels- und Industriegeschäfts der Migros betrug Ende 2024 17.6 Mrd. Franken (Vorjahr: 17.5 Mrd.). Dies entspricht 78.7 Prozent der Bilanzsumme (Vorjahr: 72.8%).

Die Anfang 2024 angekündigten Veräusserungen wurden weitgehend abgeschlossen. Für SportX, Melectronics, Bikeworld, Obi, Micasa und Hotelplan konnten neue Eigentümer und dabei gute Lösungen für Mitarbeitende und Kunden gefunden werden, die verbleibenden Filialen von Do it + Garden schliessen bis Ende Juni 2025. Der Verkaufsprozess für Mibelle ist noch nicht abgeschlossen.

Verbindliche Nachhaltigkeitsziele für die gesamte Migros-Gruppe
Umwelt, Klima und Nachhaltigkeit stehen global im Gegenwind. Trotzdem hält die Migros-Gruppe an ihren Zielen fest. Neu hat sie ihre Nachhaltigkeitsstrategie auf Gruppenebene verankert und fokussiert auf die Themen Mensch und Natur. Die gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie 2030 ist erstmals verbindlich für alle Unternehmen der Migros-Gruppe. Sie definiert sechs strategische Stossrichtungen: Klima, Biodiversität, Kreislaufwirtschaft, Produktverantwortung, Marketing & Konsum sowie Menschenrechte & Arbeitsbedingungen. Daraus werden 17 Ziele abgeleitet. So will die Migros-Gruppe zum Beispiel bis 2050 die Treibhausgasemissionen in den eigenen Betrieben und entlang ihrer Wertschöpfungsketten auf Netto-Null senken.

Genossenschaftlicher Detailhandel: Supermärkte legen leicht zu
Das Geschäft im Genossenschaftlichen Detailhandel wurde 2024 durch den Umsatzrückgang bei den Fachmärkten belastet. Die zehn regionalen Migros-Genossenschaften inklusive Tochtergesellschaften erwirtschafteten einen leicht tieferen Umsatz von 16.3 Mrd. Franken (-0.8%). Der konsolidierte Umsatz, der auch die Umsätze aus Migros Online, Migros-Genossenschafts-Bund und weiteren Unternehmen umfasst, betrug 17.6 Mrd. Franken (-1.1%).

Im stationären Supermarktgeschäft (Inland) entwickelte sich der Umsatz stabil (12.7 Mrd. Franken / +0.3%). Das leichte Wachstum in den Supermärkten ist insbesondere auf den Bereich Nahrung zurückzuführen. Die Kundenfrequenz erhöhte sich erneut, und die Supermärkte verzeichneten einen Anstieg bei der Anzahl der Einkäufe (+1.8%).

Die Migros investiert bis 2030 rund 2 Milliarden Franken in den Bau von 140 neuen und in die Modernisierung von 350 bestehenden Filialen, zudem pro Jahr 500 Millionen Franken in tiefere Preise bei weit mehr als 1000 Produkten des täglichen Bedarfs. Im Weiteren stärkt die Migros ihre Eigenmarken und setzt auf noch mehr Frische und Regionalität.

Handel: Digitec Galaxus wächst enorm
Zum Wachstum der Migros-Gruppe haben die Unternehmen des Departements Handel massgeblich beigetragen, allen voran im Online-Handel: Mit einem Umsatz von 2.9 Mrd. Franken (+17.2%) wuchs die Galaxus-Gruppe erneut stark. Im stationären Detailhandel konnten Denner (3.8 Mrd. Franken / +0.1%.) und Migrolino (0.8 Mrd. Franken / +0.4%) die Umsätze ebenfalls verbessern, wenn auch nur leicht. Das Geschäft von Migrol war durch rückläufige Volumina und tiefere Erdölpreise belastet (1.4 Mrd. / -9.7%). Insgesamt stieg der Umsatz im Departement Handel auf 9.0 Mrd. Franken (+3.3%).

Migros Industrie: steigende Nachfrage nach Eigenprodukten
Die Betriebe der Migros Industrie steigerten ihren Umsatz auf 6.1 Mrd. Franken (+1.9%). Angetrieben wurde das Wachstum vor allem durch die starke Nachfrage im Migros-Supermarktgeschäft sowie in weiteren Food-Retail-Formaten im Inland wie Denner und Migrolino. Diese Entwicklung bestätigt den strategischen Entscheid, die Unternehmen der Migros Industrie auf die Food-Retail-Formate auszurichten.

Migros Bank: zweitbestes Ergebnis ihrer Geschichte
Die Migros Bank zeigte 2024 erneut eine starke Marktpformance: Bei den Kundenausleihungen konnte die Bank erstmals die 50-Milliarden-Marke übertreffen (50.6 Mrd. / +1.3%). Zudem gelang es ihr, die Kundenbasis auf rund 1.2 Mio. Kundinnen und Kunden zu steigern (+5.4%). Treiber hierfür waren der Erfolg im Kartengeschäft mit dem wachsenden Cumulus-Kreditkartenportfolio sowie der Launch des kostenlosen Alltagsbanking für Konto, Debit- und Kreditkarte. Unter dem Strich erzielte die Migros Bank einen Jahresgewinn von 282 Mio. Franken und damit das zweitbeste Ergebnis ihrer Geschichte.

Gesundheit: wichtiger Beitrag zur Grundversorgung der Schweiz
Ein starkes Wachstum verzeichneten die Gesundheitsdienstleistungen. Die Migros sieht in diesem Bereich ein langfristiges Zukunftsfeld und will mit ihren Apotheken, Medical- und Zahnarztzentren sowie den digitalen Plattformen zur Grundversorgung der Schweizer Bevölkerung beitragen. Mit einem Umsatz von insgesamt 1.5 Mrd. Franken (Vorjahr: 1.3 Mrd.) festigte die Migros ihre Position als führende Anbieterin in der integrierten Versorgung. Der wichtigste Treiber für die Umsatzentwicklung war die Medbase Gruppe mit einem starken Wachstum von 26.1%. Organisch konnte ein solides Wachstum von 2.7% erzielt werden. Dagegen fielen durch den Verkauf respektive die Schliessung der Tochtergesellschaften Misenso und Bestsmile Umsatzanteile weg.

Gesellschaftliches Engagement: grosse Unterstützung für das ganze Land
Insgesamt flossen 138 Mio. Franken in das Migros-Kulturprozent, den Pionierfonds und den Migros-Unterstützungsfonds. Im Rahmen ihres gesellschaftlichen Engagements wird sich die Migros auch künftig für den Zusammenhalt in der Bevölkerung einsetzen.

Die Migros – grösste Arbeitgeberin und grösste Ausbildnerin der Schweiz
Im Jahr 2024 beschäftigte die Migros-Gruppe durchschnittlich 98'776 Mitarbeitende in rund 140 Unternehmen und ist damit die grösste private Arbeitgeberin der Schweiz. Der Personalbestand verringerte sich durch die laufende Transformation und die bereits umgesetzten Verkäufe von Unternehmen gegenüber dem Vorjahr um 0.4 Prozent. Die Migros ist auch die grösste Ausbildnerin in der Schweiz und beschäftigt 3'559 Lernende in über 55 Berufen. Arbeitskräfte bleiben gesucht: Gegen 1'000 Stellen sind derzeit unbesetzt.

MERCI zu 100 Jahren Migros – Ausblick auf 2025
Die Migros feiert ihren 100. Geburtstag. Im Jubiläumsjahr heisst sie MERCI, um den Menschen in der Schweiz für ihre Treue zu danken. Höhepunkte sind die schweizweite «Merci Tour» mit DAS ZELT, Geburtstagspartys in allen Migros-Filialen, das Revival des Migros-Verkaufsbusses und ein Mitarbeitendenfest im Herbst.

Die Migros erwartet für 2025 erneut ein solides operatives Ergebnis. Der Umsatz der Migros-Gruppe wird wegen der Veräusserungen um rund 3 Milliarden Franken tiefer ausfallen. Auch im Supermarkt-Geschäft ist wegen der Tiefpreis-Offensive zugunsten der Kundschaft mit einem tieferen Umsatz zu rechnen. 2025 werden die Erlöse der veräusserten Firmen zu einem positiven Einmaleffekt führen. Die Migros wird ihre Position in den Bereichen Food, Non Food, Finanzdienstleistungen und Gesundheit auch 2025 konsequent stärken.

Weitere Unterlagen zur Bilanz-Medienkonferenz ➤

Kontakte

Medienstelle				
Migros-Genossenschafts-Bund				

M	Unternehmen	Einkauf	Entdecken	Services	Folge uns
	Karriere	Supermarkt	Migros Magazin	Hilfe & Kontakt	Facebook
	Über die Migros	Migros Online	Migusto	PickMup Abholservice	X
	Unsere Verantwortung	Cumulus	Famigros	Ersatzteile & Reparaturen	YouTube
	Geschichte		iMpuls	Geschenkkarten	Instagram
	Geschäftsbericht		Klubschule	Bankkonto M+	Pinterest
	Stories		Migros-Engagement	Photo Service	LinkedIn
	Sponsoring		Migipedia	Newsletter abonnieren	TikTok
	Medien		Migros Bank		
	Genossenschaften		Gastronomie		
	Verhaltenskodex & Meldestelle				